

maahan tuotavissa. Ehkä vain pakkaus voitaisiin määrätä aina saman etyyli-alkoholimäärän sisältäväksi.

Yritys ”sallia mainonta” samalla poistamalla siitä sisältö on todennäköisesti epäonnistunut ajatus. Näkemäni alkoholimainokset ovat olleet lähellä tuoteinformaatiota, joskin joihinkin on kytketty myös elämäntapaa. Viranomaiset eivät tietääkseni ainakaan toistaiseksi ole reagoineet.

Mutta taas on mielestäni pidettävä liioitteluna, että kohtalaisen hampaattomaksi saatettu alle 22-prosenttisten juomien mainonta ja väkevien mainontakielto petaisi Primalcon tulevaa konkurssia. Jos Koskenkor-

va elää vain mainonnan varassa suhteessa viineihin, kuolee se mainostettunakin. Täysi mainoskieltokaan tuskin sitä pelastaisi, koska taivaskanavat syyttävät juomien mainoksia.

Ehkä mainonnankin suhteen on lohduttavaa, että EU ei aseta mainoskiellolle esteitä ja että laki on muutettavissa.

Vielä haluaisin puuttua Paason huomautukseen valmistus-Alkon ja vähittäismyynti-Alkon omistuksen eriyttämisestä. Nykyisin Alko-Yhtiöt omistaa konsernirakenteena Alkon (vähittäismyyntiyhtiö), Primalcon (valmistusyhtiö) ja Arctian. Lisäksi näihin liittyy vahva hallituksen puheenjohtajan ja jäsenten

personaaliunioni. Haluaisin nähdä sen EU:n kilpailu- ja monopoliasioita käsittelevän virkamiehen, joka uskoo, ettei Alko suosi Primalcoa. Aivan siitä riippumatta, suosiiko se.

Paaso näyttää pitävän ai- noana mahdollisena seurauksena valmistus-Alkon ja vähittäismyynti-Alkon erottamisesta sitä, että valmistus-Alko yksityistetään. Omistuksellinen erottaminen voi olla sitäkin, että on kaksi toisistaan riippumatonta valtion omistamaa yhtiötä. Tämä ratkaisu luultavasti kestäisi EY:n tuomioistuimessa ja takaisi valtion omistuksen.

PENTTI ARAJÄRVI

## VIELÄ SANANEN UUDEN ALKOHOLILAIN SYNNYSTÄ

Sosiaali- ja terveystieteiden valtiokunnan sihteerin Pentti Arajärvi kommentoi aiempaa kirjoitustani uuden alkoholilain hänen valiokunnassaan saamasta muodosta. Eräitä marginaalimerkintöjä puolestaan hänen tekstiänsä. Itse perusasiasta eli siitä, että Suomen on syytä säilyttää nykyinen myynti-

järjestelmä, liennemme samaa mieltä. Itse pidän kirjoitustani tätä asiaa koskevana hätähuutona ja olen tyytyväinen, että se on ainakin jossain kuultu.

Politiikan logiikkaa ymmärtämättömänä sanoisin, että vaikka lain synty ei ole matematiikkaa, toivomus olisi, että – ainakin asian

omaksumisen helpottamiseksi – perustelujen ja lakitekstin välillä ei olisi pahaa ristiriitaa. Ymmärrän hyvin ja kannatan nykyistä järjestelmää ja sen perusteluja, mutta minusta sosiaalivaliokunnan tekstiä lukiessa näyttää siltä, että sosiaali- ja terveystieteellinen teksti on kirjoitettu ikään kuin pakol-

lisena kuviona, minkä jälkeen on päästy puhkomaan rauhassa komeita aukkoja järjestelmään.

Vapaassa myynnissä oleviin juomiin pätee myös perustelujen ja lopputuloksen ristiriitä. Jos kerran valio-kunta oli tuota mieltä, niin miksi sitten tätä ei sanota, vaan asiaa perustellaan mielestäni erittäin huonolla olennainen asia -aksioomalla? Jokainen elintarvikekaupassa käynyt voi kyllä nähdä senkin, että ns. karkkijuomia osataan hyvin teh-

dä myös käyttämällä, jopa sekoituksiakin.

Tilaviiniselitys ei vakuuta, päinvastoin pidän sitä huonona. Myynti on vasta alkamassa, mutta jo nyt nähdään ankaraa kritiikkiä aukioloaikasäännöksiä kohtaan (esim. HS:n pääkirjoitussivu 21.6.1995), sijoituspaikkarajoituksia kohtaan, tuotevalikoiman rajoittamista kohtaan. Eli asia voi alkaa purkautua jo tätä kautta. Paason väitteeseen sisältyvään logiikkaan kotimaisen suosimisesta ja EU-

säännösten vastaisuudesta otettaneen kantaa lähitulevaisuudessa toisilla areenoilla. Toivottavasti Paasolta puuttuu tässä logiikka.

Lain muuttamisesta lo-  
puksi sen verran, että Suomen alkoholihistoria ei siten vuoden 1919 tunne ta-  
pausta, jossa kerran annettu vapautus olisi voitu lailla ottaa pois. Toivottavasti tässäkin mielessä ajat ovat muuttuneet.

KARI PAASO

## MIKÄ MIES? MIKÄ NAINEN!

### ITSENÄISIÄ AJATUKSIA JA OMAKOHTAISIA KOKEMUKSIA NAISSPORTISTA

Pekka Sulkunen yritti uskaliasti astua ulos alkoholitutkijan ja perinteisen sosiologin saappaista analysoimalla tämän lehden numerossa 3/94 Naisten Kymppiä. Ja analyysi viritti: Sulkunen sai välittömästi niskaansa hyvän ystäväni, liikuntatieteilijä Arto Tiuhosen, joka kirjoittamalla kipakan vastineen (2/95) yritti puolestaan hypätä naisten housuihin ja miettiä, mitä on olla nainen niiden sisällä. Tiuhonen pystyikin taita-

vasti osoittamaan Sulkusen analyysin paitsi kovin vanhahtavaksi, ikään kuin 60-luvulle jämähtäneeksi, myös machomaiseksi ja pinnalliseksi. Sulkunen oli asettunut Naisten Kympin aitiopaikalle nähdäkseen kerrankin riittävän monta hyvännäköistä mimmiä yhtä aikaa. Jotta hänen ei olisi tarvinnut myöntää tätä yksinkertaista tosiasiaa itselleen, hän alkoi analysoida, asettua ikään kuin objektiivisen tarkkailijan rooliin.

Mies pettyi katkerasti: naiset eivät ollenkaan huomanneet Sosiologia radan reunalla, vaan melkein toikkeissaan kaatoivat hänet nurin. Hän sai katkerasti tuta, että naiset eivät olleetkaan juoksuradalla esittelemässä (mies)katsojille itseään ja hymyjään, vaan kokemassa yhteisesti liikkumisen iloa, hieka ja tuskaa irtivityksineen päivineen. Ei siis ihme, että Sulkunen on erityisen katkera sille aviomiehelle, joka sai sentään